# Desenvolvimento do Projeto Combatendo o Cyberbullying

Renato Innocenti[34]

Ubiratan Motta[35]

Marcelo Bissoli[36]

## Resumo

Os jogos foram encomendados pela Zoom Education para integrar os eventos de mesmo nome, consolidando algumas ideias para mobilização social. Este relato visa abranger o desenvolvimento e principais soluções para alcançar o objetivo.

## Introdução

Fomos convidados pela Zoom Education a participar de um hackathon para desenvolvimento de novos conceitos de educação ativa (*active learning*) e como os jogos poderiam auxiliar neste processo, um fim de semana imerso nos produtos da Zoom e nos métodos de educação ativa, onde surgiu o Active Learning Ecosystem da Zoom, juntamente com o Movimentos Mobilizadores na Educação.

Foram criados quatro eventos durante o ano que completavam toda a experiência dos movimentos; Internet com Ética, Cidades Inteligentes, Robótica & Programação e Desafio Espacial. Os jogos entram nos dois primeiros eventos, a início seriam os quatros, mas o desenvolvimento e a produção dos eventos se mostrou impraticável.

A Zoom já trabalha com aulas próprias e módulos de desenvolvimento educacional principalmente na área de robótica, já tiveram um experimento de evento com o Maio Amarelo em 2018, quando trabalharam gamificação com um torneio usando um jogo digital e um kit de integração ao aluno, um envelope "surpresa" que continha algumas peças de Lego e *papercraft* com elementos eletrônicos e o sucesso foi satisfatório, principalmente a contraposição entre robótica e cultura *maker*. A proposta era substituir esse envelope de boas-vindas por um jogo de tabuleiro, cada evento teria seu próprio

[34] Produtor gráfico e *game designer* da equipe Immersive Games.
[35] Produtor e *game designer* da equipe Immersive Games.
[36] Arte-finalista e *game designer* da equipe Immersive Games.

envelope temático e um jogo que trabalhasse em *flipped classroom*. O envelope custa à empresa R$ 10, o desafio era construir um jogo de tabuleiro com o orçamento em torno de R$ 5, com as dimensões do envelope já definidas que se juntava a outro kit maior com o material educacional e marketing.

## Internet com Ética - Combatendo o Cyberbullying

O primeiro projeto é sobre a Internet com Ética, seguindo o evento internacional Cyber Safety, em fevereiro de 2019. O modelo seria proposto internacionalmente com o apoio da Center of Cyber Safety and Education (CCSE), que utiliza como embaixador do projeto o personagem Garfield.

Toda a narrativa do evento parte da premissa de algumas revistas já publicadas, assim como o público-alvo seriam de crianças a partir dos 7 anos, montamos um planejamento para contemplar todas as exigências e montar uma proposta.

### *Pré-produção*

Primeiro coletamos os materiais já existentes do evento para entendermos a linguagem temática e visual do produto, cartazes, site da CCSE, quadrinhos, material promocional e vídeos fornecidos, já que o jogo de tabuleiro estava inserido no mesmo contexto e deveria manter a coesão visual e narrativa. A narrativa principal trata de postagem de fotos e como a falta dos devidos cuidados pode prejudicar a vida das pessoas através do *bullying*, então o mote principal do jogo de tabuleiro seria este, "postagem de fotos", para que possamos trabalhar a experiência de combate ao bullying. O layout e as ilustrações também seguiram o padrão já estabelecido no estilo "comics" e utilizaram os personagens envolvidos no quadrinho.

O jogo tinha expectativa de alcançar um público internacional, e acreditávamos que a baixa dependência de texto e linguagem escrita seria ideal, neste caso regras simples e dinâmica emergente seria desejada, e para isso escolhemos um *card game*, que poderíamos trabalhar com menos textos e mais referências iconográficas.

Revista de Estudos Lúdicos, n. 3, 2021
ISSN: 2675-3545

As cartas funcionam bem como "postagem de fotos" e trabalham o tema conforme as rodadas acontecem e a conversa surge levantando as questões do que pode ou não pode dentro do círculo do jogo evitando o determinismo, apenas estimulando a conversa pelas cartas, assim de um jogo de festa emerge o assunto de forma mais natural consciente.

## Narrativa inicial

A narrativa segue a revista em quadrinhos que trata o tema de forma bem branda, inclusive bastante ingênua, embora o público-alvo anunciado fossem crianças acima de 10 anos, a HQ era claramente focada em crianças no início de alfabetização, com sentenças simples e diálogos repetitivos para fixação, então o jogo deveria conter essas premissas também.

No quadrinho Nermal, o sobrinho do Garfield, viu uma foto engraçada do Otto seu vizinho e resolveu compartilhar nas redes sociais, porém uma vez na Internet pessoas que não conhecem o Otto começam a provocá-lo, o que o deixa muito chateado e resolve terminar a amizade com Nermal, que não entende o motivo afinal era "tudo brincadeira". Garfield vendo seu sobrinho perdido e sem saber o que aconteceu resolve acionar a dra. Cybrina, uma consultora da CCSE, para explicar os motivos por que não é legal postar fotos sem autorização das pessoas e como isso pode prejudicar a vida delas.

No jogo Garfield, sua namorada Alene, seu sobrinho Nermal e o vizinho Otto possuem um perfil na rede social CyberFace, onde eles querem postar suas fotos e para isso precisam evitar os comentários do cão Odie e outros baderneiros.

## Primeiro protótipo e abordagem

Uma grande preocupação era não abordar o tema de forma a municiar as crianças com práticas de *bullying* e utilizarem o jogo como promoção de más práticas, principalmente na idade abordada. Tínhamos como certeza que o *bullying* deveria existir em certa dosagem dentro do jogo, mas que não fosse um comportamento recompensador como é na maior

parte dos jogos de festa, achar esse equilíbrio foi uma tarefa de teste árdua, mas contamos com ajuda de pedagogos da área de *cyberbullying* e desenvolvemos o primeiro protótipo.

O protótipo se baseava na premissa de que os jogadores teriam que formar uma coletânea (*set collection*) de fotos (cartas). Cada jogador tem um conjunto de fotos e deve compartilhar, conceito muito popular quando se trata de postagem de fotos. Usa-se uma mecânica de selecionar as melhores (*drift hand*) evitando uma postagem de *bullying*. O jogador com mais fotos publicadas, cartas de uma mesma coleção, ganha o ponto da rodada, os jogadores aprendem a ter cuidado com as postagens maliciosas (carta de *bullying*) e discutem entre si a melhor estratégia de evitar as tais cartas, aqui que pontuamos a questão da aprendizagem, a ideia de postar uma carta sem permissão de compartilhamento surge naturalmente já que é um requisito para melhorar sua pontuação.

O conceito do jogo foi aprovado tanto pelo cliente quanto pela CCSE com algumas ressalvas, e novos parâmetros. A ideia do jogo de carta e da mecânica emergente se manteve, porém o cliente achou insatisfatório a questão de apresentação com poucas cartas na mesa e eles queriam algo que montado na mesa chamasse a atenção. Na questão da falta de texto, os orientadores pedagógicos do cliente ficaram preocupados com a falta de texto orientativo. Exigiram também a confecção das cartas pela empresa específica a Copag, o que aumentaria os custos, mas facilitaria na vendagem internacional. A empresa

Revista de Estudos Lúdicos, n. 3, 2021
ISSN: 2675-3545

é conhecida pela sua competência e especialização na confecção de cartas de baralho, sem dúvida um ótimo diferencial, porém aumentava os custos. Para compensar esse aumento de custos, a empresa se prontificou a aumentar a tiragem inicial, o que tornaria o orçamento viável.

## *Segundo protótipo e ajustes*

No segundo protótipo colocamos em prática algumas alterações estéticas e mecânicas, pois agora deveria contemplar um *playmat*, tabuleiros individuais que davam uma melhor apresentação ao jogo na mesa. Desenvolvemos a ideia do CyberFace, uma rede social onde os jogadores poderiam postar suas fotos e cada personagem da turma do Garfield teria seu "perfil" (tabuleiro) para posicionar melhor suas cartas, então a mecânica de coletâneas também sofreu alterações e uma nova rodada de jogo também surgiu, onde os jogadores compartilham e selecionam suas fotos incluindo cartas contendo poderes de bloquear o *bullying* e também causar *bullying*. O jogo passou a ter rodadas simultâneas, todos os jogadores postam e revelam suas cartas ao mesmo tempo, ganhando aquele que no fim de 4 rodadas conseguisse postar mais fotos de uma mesma coleção sem sofrer *bullying* (carta de ataque).

Enquanto a mecânica era afinada e desenvolvida, o layout do material também estava sendo consolidado, surgindo então o nome do jogo, a logomarca e o material promocional, seguindo sempre o material original como base.

## Produção e aperfeiçoamento

Enquanto as artes e mecânicas estavam passando por testes e um ajuste mais fino, a produção gráfica apresentava alguns desafios e aprimoramentos. Com a produção das cartas feitas exclusivamente pela Copag, a produção delas não sofreria impacto já que o número de cartas máximo para a produção eram 54. Para baixar o custo, produzimos o jogo para funcionar com metade disso possibilitando o dobro de impressão na mesma entrada de máquina. Como 24 é um múltiplo de 4 (jogadores), ainda sobrariam cartas para fazermos propaganda dos outros eventos.

Já o envelope e os *playmats* deveriam ter algumas características em comum, a principal o formato, o envelope não poderia ser fora do formato ofício, logo os *playmats* teriam que ter um formato pouco menor que ele para entrar no envelope.

A produção dos envelopes anteriores e seu conteúdo sofriam de alguns problemas de produção, como o tipo de papel utilizado para um formato promocional de descarte era muito nobre e impressos em ambos os lados e em formatos e tamanhos diferentes, que mais que dobrava os custos de produção e não tinham impacto algum na apresentação.

O *playmat* deveria ser resistente, firme e que suportasse uma boa impressão, então foi escolhido o papel off-set com uma gramatura maior. Ter papéis de tipos diversos dentro do

Revista de Estudos Lúdicos, n. 3, 2021
ISSN: 2675-3545

envelope também aumentava o custo de produção, então optamos por usar o material promocional e regras todo no mesmo papel que os *playmats* e mesmo formato, assim diminuindo em 2/3 o custo de papel e entrada de máquina.

O fato de condicionar esse material em envelopes também era algo que nos incomodava, embora tivesse sido uma indicação do cliente, colocar papéis e uma caixa de baralho dentro de um envelope não era funcional, a caixa do baralho fazia volume e rasgava o envelope quando empilhado e, o que mais incomodava, não tinha um aspecto de jogo.

Então aproveitamos a sobra do orçamento para propor um outro condicionamento, como não poderíamos usar papéis mais resistentes ou com armações (questão de custos) pensamos em uma pasta de papel cartão montado sem colas ou adesivos (que era um adicional de custo que havia no envelope). A Gráfica Rosset, especialista em envelopes e embalagens promocionais, nos ajudou a encontrar um formato que pudesse ser prático, de custo próximo ao do envelope e com melhor condicionamento e manuseamento, outra coisa era que este mesmo modelo deveria servir para todos os futuros jogos. Chegamos assim a um formato que garantia não só um condicionamento melhor que o envelope como uma apresentação melhor e com cara de caixa de jogo e tudo ainda dentro do limite do orçamento. O planejamento de entrada de máquina, tipo de papel, formato e utilizar o aproveitamento do papel ao máximo tornou possível cumprir o orçamento com folga.

## Problemas

Otimistas com a produção gráfica e a qualidade do jogo, ainda existia um empecilho: para fazer a conclusão do produto precisávamos da autorização de direitos de uso da turma do Garfield, que estava sob responsabilidade do cliente adquirir. Esta licença é exigida por todos os envolvidos no produto.

O criador do personagem, Jim Davis, é um dos diretores da CCSE, a empresa supôs a facilidade de uso da imagem, o que tragicamente se mostrou inviável, não por falta de aviso, pois em solo nacional outra empresa é responsável pelo licenciamento. Na semana do material entrar em gráfica, fomos obrigados a alterar todo o material gráfico.

A Zoom criou alguns personagens próprios para preencher a lacuna, por sorte nenhuma das mecânicas estava ligada aos personagens, então a mecânica não sofreu alterações, mas todas as imagens e textos sofreram. A CCSE se responsabilizou em criar novas frases para as cartas e a Zoom novos personagens, se adaptando às personas já existentes na narrativa do Garfield. Aumentaram assim os prazos e os custos não planejados da empresa, assim como nosso custo de reprodução de todo material em regime de urgência, mesmo assim o projeto todo atrasou alguns meses, já que não éramos os únicos envolvidos.

## Nova narrativa

Edu e seu amigo robótico Ludo construíram uma rede social chamada Cyberface para que seus amigos, a espoleta Teca, o gato Zum, o forte Montanha e o esperto Zeca pudessem compartilhar suas fotos com segurança para que nossos amigos se divirtam postando suas fotos e que nenhum engraçadinho resolva atrapalhar a diversão, fazendo um ambiente saudável e seguro. Alterados os personagens para se adequar às personas já existentes com a turma do Edu, seguindo a mesma premissa das histórias do Garfield com leves alterações, criou-se um universo onde é possível utilizar estes personagens no futuro.

O *design* de personagem foi contratado em regime terceirizado. Para que não prejudicasse ainda mais o lançamento, nós apenas adaptamos as artes enviadas para o novo contexto, e limitado a poucas possibilidades, o que tornou as fotos repetitivas, mas utilizamos isso em nosso favor colocando as fotos também como padrão de coleção. As frases ilustrativas também foram alteradas, já que a maioria era relacionada diretamente ao comportamento da turma do Garfield, então uma consultora especializada em *cyberbullying* nos ajudou a transformar as frases em conceitos ligadas ao novo contexto, e também validando as frases para que se adequem ao utilizado na CCSE.

## Lançamento e considerações

O jogo *Combatendo o Cyberbullying* foi lançado dia 28 de março de 2019, juntamente com o evento Movimento Mobilizadores. O jogo atingiu várias crianças em diversas cidades do Brasil. Junto com o jogo de tabuleiro, foi lançado também um concurso com jogo digital

Revista de Estudos Lúdicos, n. 3, 2021
ISSN: 2675-3545

produzido pela Playlearn, juntamente com a produção do evento da Zoom, com palestras, concursos e outras atividades promovendo a discussão do tema.

O projeto do evento sofreu diversas alterações desde sua concepção inicial até sua realização. Embora o jogo de tabuleiro tenha um papel específico fora da sala de aula como um material promocional do evento, ele acabou sendo abordado também dentro da sala de aula, onde as crianças em grupo puderam jogar.

Com exceção dos problemas com a licença do produto, não houve grandes mudanças na produção do jogo, e sim no evento como um todo que sofreu modificações. O jogo acabou perdendo um pouco do seu impacto e propósito inicial, que era as boas vindas ao tema e a utilização entre aulas no formato *flipped classroom*. Na conjuntura utilizada no lançamento o formato "jogo promocional" não seria o ideal, e a dificuldade dos professores e representantes da Zoom entenderem o propósito do jogo e como utilizá-lo também trouxe algumas limitações e novas formas de a Immersive Games abordar tais conteúdos.

Os pontos positivos foram as quantidades produzidas, 55 mil exemplares, e distribuídas mais de 30 mil cópias. A central de atendimento ao consumidor da Zoom não registrou nenhuma reclamação proveniente do jogo de tabuleiro e as fotos e relatos de diversas escolas que colocaram as mãos no produto foram animadoras e recompensadoras.

A Zoom está reformulando a abordagem de seus eventos, assim como o uso dos produtos.
É possível acompanhar o desenvolvimento do jogo ou adquiri-lo pelos sites:

http://immersivegames.com.br/project/combatendo-o-cyber-bulling/

https://movimentosmobilizadores.com.br/internet.aluno/